

Social Business und Mikrokredite

Unternehmen können auf verschiedene Arten gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Zunehmend mehr von ihnen sind im sogenannten Social Business aktiv ein Unternehmenskonzept, das von Muhammad Yunus, Friedensnobelpreisträger und Begründer der Mikrokredite, stammt. Ein Beispiel für Social Business ist das Engagement des internationalen Chemiekonzerns BASF, der Moskitonetze verkauft, die sich auch arme Menschen leisten können.

M1: Mikrokredite: Die Pioniere des aufstrebenden Social Business Sektors

„Seit Muhammad Yunus in den 70er Jahren anfing, Kleinkredite in Bangladesch zu vergeben und 1983 die Grameen Bank gründete, hat die Thematik der Mikrofinanz international an wirtschaftlicher Bedeutung gewonnen. (...) Mikrofinanzierung (...) dient dazu Bevölkerungsgruppen, die nach herkömmlichen Kriterien als kreditunwürdig eingestuft werden, einen Zugang zu Basis-Finanzdienstleistungen zu verschaffen (...) Am bekanntesten sind die sog. Mikrokredite/Kleinkredite: geringe Geldbeträge, mit Laufzeiten von meist weniger als einem Jahr, werden von Banken oder anderen Institutionen verliehen. Damit dies überhaupt erfolgreich sein kann, bedient sich Prof. Yunus dabei eines ganz einfachen Innovationssystems: Genau das Gegenteil von dem zu machen, was normale Banken machen. (...) Je weniger Sicherheiten jemand vorzuweisen hatte, desto sicherer und pünktlicher zahlt er seinen Kredit zurück, denn dies ist seine einzige Möglichkeit aus dem ihm aufgedrückten finanziellen Apartheidsystem herauszukommen. (...) Mittlerweile sind Mikrofinanzen als erfolgreiche Armutsbekämpfungsmethode sowie als ethische Investmentmöglichkeit so bekannt,

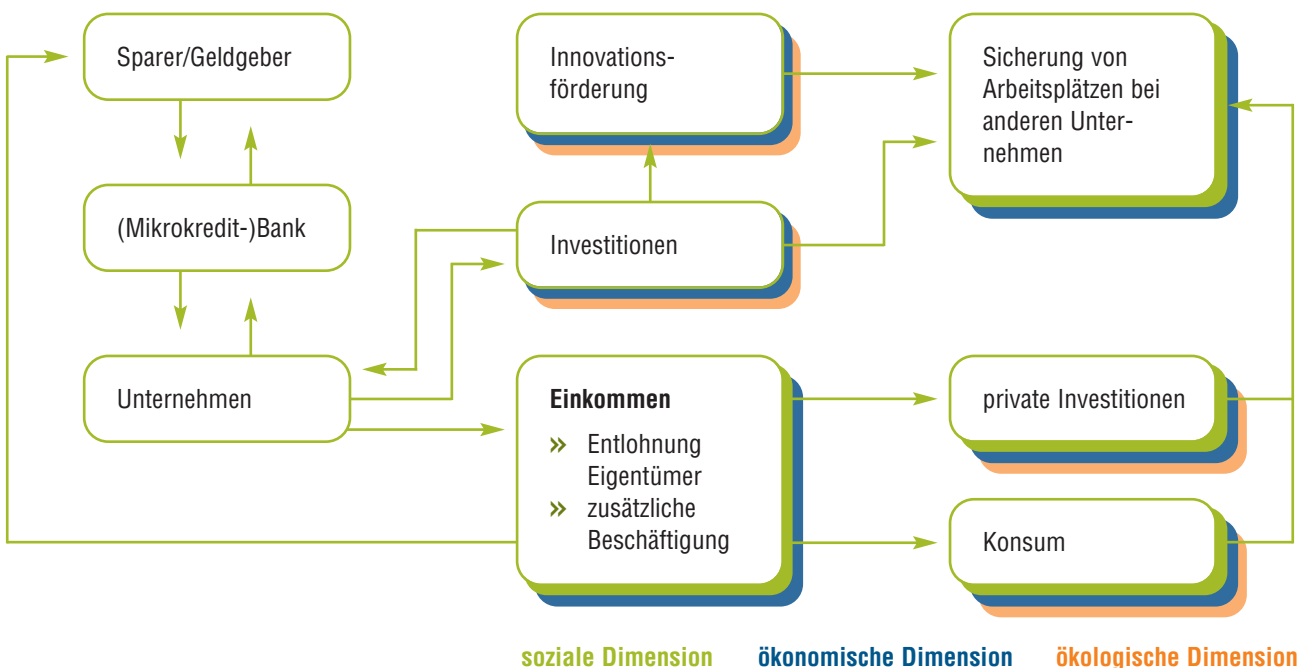
dass mehrere große Banken und Nischenanbieter spezielle Mikro-Finanz-Fonds entwickelt haben (...) Social Business in anderen Bereichen, wie z.B. Gesundheit, Arbeitsmarkt oder Wohnungswesen, werden bestimmte Prinzipien von Mikro-Finanz Banken übernehmen. (...) Das Ziel bleibt allen gemeinsam, soziale Probleme zu lösen, um Wohlstand für alle zu erzeugen.“

(Prof. Dr. Stephan Breidenbach, www.glocalist.com/fileadmin/Glocalist_Magazine_Nr._34.pdf, Februar 2009)

M2: Mikrokredite in Deutschland

„Die Bundesregierung [hat] Anfang 2010 einen „Mikrokreditfonds Deutschland“ mit einem Volumen von 100 Millionen Euro gestartet. Mit dem deutschlandweiten Ausbau des Geschäftes mit Kleinstkrediten hat das Bundesministerium für Arbeit und Soziales die Gemeinschaftsbank GLS betraut, das größte ethisch-ökologische Geldinstitut in der Bundesrepublik. (...) Trotz innovativer Ideen blieb Existenzgründern und Kleinunternehmen in den vergangenen Jahren der Zugang zu Kapital häufig versperrt. Das soll sich nun mit dem „Mikrokreditfonds Deutschland“ ändern. (...) So will die Bundesregierung

M3: Wie Mikrokredite funktionieren



mehr unternehmerischem Engagement motivieren und Arbeitsplätze schaffen. Und auch Thomas Jorberg (GLS) ist überzeugt, dass die Vergabe von Mikrokrediten auch in Deutschland letztendlich Hilfe zur Selbsthilfe ist.“

15 (www.dw-world.de, 16.03.2010)

M4: BASF kooperiert mit Mikrokredit-Gründer Yunus

„Als erster deutscher Konzern hat das Unternehmen dazu mit der von Yunus geführten Grameen Bank ein „Soziales Unternehmen“ gegründet. Das Joint Venture soll in den nächsten Jahren Nahrungsmittelzusätze und Moskitonetze in Bangladesch vertreiben. (...) BASF [ein internationaler Chemiekonzern mit Sitz in Deutschland] stellt dem neuen Joint Venture dabei 100 000 mit Insektiziden beschichtete Moskitonetze, eine Million Portionsbeutel mit Vitaminen sowie 200.000 Euro Startkapital zur Verfügung. Sowohl Malaria als auch die Unterernährung von Kindern sind in Bangladesch weit verbreitet. Die Netze und Nahrungszusätze werden aber anders als in der klassischen Entwicklungspolitik nicht verschenkt sondern verkauft. Die Grameen Bank bietet dazu begleitend Mikrokredite und ein Leasing der Netze für Bangladeschi an, denen die Ausgaben für ihre Familien zu hoch sind. Das Unternehmen soll kostendeckend arbeiten und das Anfangskapital an die Partner zurückzahlen. Darüber hinaus gehende Erträge sollen komplett in den Ausbau des Geschäfts investiert werden.

20 Der Einsatz klingt zwar minimal. ‚Aber wir wollen damit eine Lawine an Investitionen auslösen‘, sagte Hambrecht (Dr. Jürgen Hambrecht, Vorstandsvorsitzender BASF) dem Handelsblatt. So peilt das Unternehmen ab 2013 den Absatz von jährlich mehr als 200.000 Moskitonetzen und mehr als 15 Million Vitaminpäckchen an. Zudem soll das Projekt nur ein erster Schritt der Zusammenarbeit sein. ‚Sind wir erfolgreich, überlegen wir gemeinsam auch in anderen Ländern und mit weiteren Produkten aufzutreten, zunächst in Asien und dann möglicherweise Afrika‘, kündigten Hambrecht und Yunus an. Beide forderten, die staatliche Entwicklungshilfe drastisch Richtung der ‚social business‘-Modelle umzustellen. (...) Für BASF hat der Einstieg in das ‚social business‘ einen doppelten Vorteil. Zum

einen ist die Gründung eines ‚Sozialen Unternehmens‘ gut für die Reputation. ‚Wir wollen helfen und suchen dabei nach neuen Wegen neben dem klassischen Sponsoring und Spenden‘, sagte Hambrecht. Der Weg des social business sei viel nachhaltiger und sinnvoller. Zum anderen ist dies für den Konzern ein neuer Ansatz, um zukünftige Märkte zu erschließen.“

(www.handelsblatt.com, 05.03.2009)

M5: Social Business und Corporate Social Responsibility: Ähnlich und doch anders

„Social Business [wie die Mikrokredite nach Yunus] meint ein Konzept, mit dem durch unternehmerisches Handeln soziale und ökologische Probleme gelöst werden und alle daran Beteiligten fair entlohnt werden. Es unterscheidet sich vom normalen unternehmerischen Handeln durch folgende Kriterien: Seine Zweckbestimmung ist ausschließlich auf die Lösung wichtiger sozialer Probleme ausgerichtet. Die Investoren verzichten auf Dividenden für ihre Einlagen.

Was aber unterscheidet Social Business von dem Konzept Corporate Social Responsibility (CSR)? Eine Definition der Europäischen Kommission betont die Freiräume bei der Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen. Danach ist CSR: „(...) ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren.“

Obwohl sowohl Social Business als auch CSR ein Engagement für die Gesellschaft anstreben, geschieht dies doch bei beiden Ansätzen aus unterschiedlichen Beweggründen heraus. Den Autoren der Studie [„Wirtschaftspolitische Ansätze zur Unterstützung von Corporate-Social-Responsibility-Aktivitäten“ des Bonner Instituts für Mittelstandsforschung (IfM)] zufolge nehmen sich die etablierten Unternehmen mit ihren Aktivitäten zur Corporate Social Responsibility durchaus gesellschaftlicher Probleme an. (...) Der eigentliche Motor sind (...) das unternehmerische Kalkül und der Eigennutz. Ziel ist es, das eigentliche, profitorientierte Kerngeschäft abzusichern.“

(www.business-wissen.de, 08.06.2010)

Aufgaben

1. **Definieren** Sie auf Grundlage von M1 und M2 mit eigenen Worten den Begriff „Mikrokredite“.
2. **Stellen** Sie anhand von M1 – M3 die Vor- und Nachteile von Mikrokrediten **dar**. Gehen sie dabei auf die Bereiche Ökonomie, Ökologie und Soziales ein und berücksichtigen Sie sowohl die Kreditnehmer, als auch die Kreditgeber.
3. Inwieweit sind die Social-Business-Prinzipien der Mikrokredite mit den Zielen von CSR vereinbar? **Arbeiten** Sie Gemeinsamkeiten und Unterschiede **heraus**. Nutzen Sie dazu M3, M4 und M5.
4. „When tiny, tiny things start happening a million times, it becomes a large thing.“ (Muhammad Yunus, Begründer der Mikrokredite) **Bewerten** Sie vor dem Hintergrund dieses Zitats den Nutzen von Mikrokrediten für die Gesellschaft und für den Verbraucher/Sparer.